

Daftar Pustaka

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi DANA Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3).
- Adyas, D., & Ainurahmah, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Indomaret Di Rest Area Km 35 Sentul Kabupaten Bogor. *Economicus*, 10(2), 135-144.
- Anarjia, K., & Rante, J. Z. (2019). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik sakuku pt. bank central asia, tbk kcu cikarang. *Jurnal sistem informasi*, 1(2), 1-8.
- Ariana, R. R., Hufron, M. H. M., & Basalamah, M. R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Ulang Uang Elektronik OVO dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(20).
- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2017). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay). *J. Akunt. STIE Multi Data Palembang*.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291-303.
- Atriani, A., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 6(1), 54-61.
- Fahmy, M., & Azhari, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Berperilaku Konsumen Dalam Menggunakan Fitur Ovo-cash Di Bandung. *eProceedings of Management*, 7(1).
- Fatuh, M. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Online (Studi pada Pengguna Uber di Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(4).
- Kurniasari, P., & Priambada, S. (2018). Analisis Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(2), 129-136.

- Mahanani, E., & Sari, B. (2019). Pengaruh Perceived Ease of Use, Word of Mouth dan Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Grab. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(1), 9-17.
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455-1463.
- Nurmalia, V. D., & Wija, L. E. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 69-76.
- Putra, B. K., & Husna, J. (2019). Persepsi Pengguna Outlook Web Applications Dalam Mendukung Pendistribusian Arsip Surat Masuk di PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) Regional Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(4), 181-193.
- Ridwan, M., & Halimatussakdiah, H. (2019). Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepercayaan Pelanggan Pada Produk Sepeda Motor Suzuki Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(4), 685-699.
- Safitri, D. D., & Diana, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (OVO) Dalam Transaksi Keuangan. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(05).
- Sulfina, S., Yuliniar, Y., & Aziz, A. (2022). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (SHOPEEPAY). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 17(2), 105-116.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter-Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 54-68.